

# MASTER SELLING

CAP. DEMOSTRA

CAP. DE AMOSTRA

# CAPÍTULO 1

# M.A.S.T.E.R



CAP. DE AMOSTRA

...

**Acróstico que criei quando iniciei o desenvolvimento deste método.** Em inglês, já que culturalmente cresci em multinacionais e aprendi a fazer acrósticos lendo livros de autores americanos, que têm esse hábito.

<b>M</b>	OTIVATION
<b>A</b>	SSESMENT
<b>S</b>	TRATEGY
<b>T</b>	RAINING
<b>E</b>	NVIROMMENT
<b>R</b>	ESULT

**Motivação (motivation):** não existe. O mestre de vendas não consegue motivar ninguém se não for automotivado e capaz de produzir uma atmosfera que permita automoti-

vação de seus liderados. O que motiva um vendedor passa muito mais por desafios e responsabilidades do que dinheiro, por exemplo. Provarei isso ao longo deste livro.

**Investigação (assessment):** quem não reconhece o seu campo de batalha ou de jogo não avança nem vence. O aspecto mais importante em um mestre de vendas é a leitura de seus recursos humanos, corporativos e tecnológicos (ferramentas). Com o uso da informação, qualidade na gestão, observação sistêmica do mundo interno e externo, é possível ter estratégias e táticas de guerrilha. Porque o mundo das vendas pode ser associado a uma guerra.

**Estratégia (strategy):** quem leu *A Arte da Guerra* — Sun Tzu — sabe que “treinamento” é constante e se aplica até para os generais mais experientes. Estratégias não nascem apenas na cabeça de líderes ou mestres. Não podemos mais conviver com a petulância da hierarquia retrógrada de que um diretor ou gerente determina as metas e cada um que está no operacional precisa aceitá-las e realizá-las. Mestres de vendas do mundo de hoje vivem de criar líderes e permitem que as pessoas se sintam parte da estratégia.

**Treinamento (training):** quanto custa o cliente que sua empresa perde? O desconto excessivo que sua equipe aplica em média? A venda do produto pelo preço, não pelo

**valor?** Há duas décadas treinando equipes comerciais, garanto que esse desperdício é produto da falta de treinamento, de verdade. Precisamos de mestres treinadores de vendas. Não coaches ou instrutores baratos, que ensinam de forma rasa e básica como atender clientes e tirar pedidos.

**Ambiente (environment):** o clima ou atmosfera da área comercial e áreas afins precisa ser favorável a criação de oportunidades e ideias que ajudem o vendedor a fechar mais e melhor. Quem não trabalha em vendas, trabalha para vendas e ponto final. Chega de ambientes desmotivadores, desconexos entre áreas da empresa. Competições desleais, intrigas, falta de identidade e de uma cultura geradora de negócios. Se isso continuar, sua empresa será apenas uma empresa de atendimento, não de vendas. E certamente, nem atender bem, atenderá.

**Resultado (result):** ponto alto do mestre. Não adianta trabalhar muito e não chegar onde se quer. Vendedores vivem do resultado. Líderes, ainda mais. No entanto, a maioria das empresas demite vendedores regularmente por falta de uma filosofia de capacitação e acompanhamento adequados, multidisciplinares, cognitivos e que são feitos pelo gestor ou diretor, não pelo vendedor.

Nas páginas a seguir, refletiremos com histórias, pensamentos e propostas de mudança em cada um desses fundamentos — Master Selling.

...



**QUEM NÃO RECONHECE  
SEU CAMPO DE BATALHA,  
OU DE JOGO, NÃO AVANÇA  
NEM VENCE**

CAP. DE AMOSTRA

# CAPÍTULO 2

## POR QUE A MAIORIA FRACASSA?



CAP. DE AMOSTRA

...

**Neste mundo maluco em que vivemos hoje, quase ninguém sabe bem para onde vai. Mesmo os mais centrados não sabem ao certo se escolheram a carreira ou a empresa certa. Tudo é provisorio, incerto, dependente de inovações e questões financeiras. Trabalhamos para ganhar dinheiro, garantir o futuro, realizar nossos sonhos. Mas será que nos apaixonamos pela trajetória que nos levará a ter o sustento e a satisfação que tanto desejamos?**

Estou na minha terceira carreira, porque já fui músico, vendedor e hoje sou palestrante, se é que isso é trabalho. Outro dia, perguntaram-me no aeroporto, se além de palestrar, eu trabalhava?

Respondi cabisbaixo: “Não, só dou palestra mesmo” (risos). No entanto, essa provocação gerada pela pergunta me fez repensar o que realmente me trouxe até aqui e, acredite, não foi assim tão simples responder. O fato é que gostar de pessoas me colocou nos palcos, nas salas de reuniões e nos palcos de novo, desta vez sem um instrumento musical.

Falar com gente foi a grande motivação, dentre todas as que tenho e tive. Adoro mesmo. E não é uma questão de ego, mas de foro íntimo, propagar aquilo que aprendo, com um jeito que considero especial e eficaz, porque ensinar não é para qualquer um.

Tem gente com muito mais conhecimento que não consegue explicar quase nada a outra pessoa, porque não tem paciência, didática, vontade. Por outro lado, eu também era um pouco assim quando comecei na carreira de palestrante. Faltava-me técnicas de oratória, de venda de ideias, de como fazer as pessoas experimentarem novos conhecimentos, não apenas ouvi-los. Por isso, decidi que seria o melhor treinador, não apenas comunicador. De tanto errar, ganhei experiência para fazer cada dia melhor o meu papel de educador, que por acaso faz palestras.

A verdade é que uma carreira que completa este ano duas décadas não nasceu por acaso, só por vontade ou sonho. Ela é o resultado da extrema persistência na correção de erros, e de um mundo de outras vivências, como as de quando eu tocava em festas e bares em São Paulo, sobretudo, quando carregava pasta ou comandava centenas de vendedores e coordenadores de venda nas multinacionais por onde passei.

▪ POR QUE A MAIORIA FRACASSA? ▪

Mas por que muita gente no caminho fracassou e não andou comigo nessa trilha de sucesso? Porque a maioria não quis corrigir erros e abrir mão de velhos hábitos. Porque não fazia sentido para elas, mesmo que fossem sonhadoras dos mesmos sonhos que eu.

Chega de achar que um ser humano tem mais sorte que o outro. Chega de julgar que todos somos iguais e é tudo uma questão de oportunidade.

---

**SORTE E OPORTUNIDADE ANDAM JUNTAS,  
QUANDO EXISTE VONTADE E PREPARO.**

---

Todas as pessoas fracassam porque é preciso fracassar. Experiência se adquire tomando decisões erradas. Errar é necessário, doloroso, custoso e provoca um terrível sentimento de derrotismo. Mas se o seu olhar, em especial, no mundo comercial for positivo, apesar de tudo, existirá uma renovação interior, um gás poderoso, uma fome de vencer que não se cria na vitória.

Aos 11 anos, eu tocava bateria num pandeiro, pois era tudo que meu pai podia comprar. Nele, eu via o chimbau e ainda

conseguia tirar o som do bumbo. Decidi ali me divertir com o que tinha.

Nessa época, decidi construir um carrinho de carregar papelão. Depois fiz um upgrade para um carrinho de doces, porque não tinha porte físico para carregar carrocinhas de papelão. Sei que você deve estar pensando no quanto seria horrível se eu tivesse virado um catador de papelão. Mas, como criança, não havia preconceito, pois para mim era um trabalho como outro qualquer, e aliás, independente, com flexibilidade de horários e com uma remuneração até bacana, já que investiguei isso indo ao lugar que comprava o papelão que os catadores vendiam.

O carrinho de doces, no entanto, foi muito mais legal, porque meu público eram as crianças, em sua maioria. Vendia numa rua de volta da escola. Quem o fez para mim foi o Pereira, meu avô. E minha mãe comprava os doces no depósito, porque ela sempre incentivou em mim este lado empreendedor e do trabalho. Trabalhar era o único modo que via de ajudar de fato, porque as contas na gaveta, presas no grampo grande, eram cada vez maiores.

Mas os amiguinhos da vizinhança não entendiam meu comportamento, já que morávamos num bairro chique e eles não tinham que trabalhar. Só tocavam seus teclados e guitarras no estúdio de um deles. Eram ricos, sorte deles. Eu não, sorte mi-



▪ POR QUE A MAIORIA FRACASSA? ▪

nha. Porque a minha vontade era ter minha bateria, com chimbau, caixa, tom-tons, surdo, bumbo e pratos.

Aos 13 anos, fui trabalhar numa loja de instrumentos musicais, e parte do meu salário era para minha “batera”. Depois de seis meses de trabalho lá estava ela, ocupando quase o quarto todo onde eu dormia com meus irmãos.

Aí, comecei em vendas como assistente numa corretora de seguros. Aliás, vale dizer que meu primeiro emprego em vendas foi aos 12 anos, ajudando minha tia Tania, que era representante da Marisol. É o primeiro registro de minha carteira de trabalho.

De lá para cá, passei por mais de 15 empresas, muitas de renome internacional. Formei-me engenheiro, com pós em marketing, e virei uma espécie de referência no mundo comercial, com mais de dez publicações e três best-sellers dentre estas na área de vendas, gestão e motivação.

Fiz questão de contar essa historinha ao começar este livro, para que saibam de onde eu vim, sem querer me gabar sobre como e onde consegui chegar. Mas garanto que me orgulho muito da minha trajetória, cheia de erros, frustrações, desapegos, mudanças físicas e de amigos, que me ajudaram, mesmo me atrapalhando, a ser uma pessoa que prova a si mesma todos os dias. Que entende que o sucesso é uma equação de

fracassos, sofrimentos, desilusões neutralizadas com a coragem pela mudança, pela dor, pela superação, que são frutos do que experimentamos e aprendemos.

---

FRACASSE LOGO, MUITAS VEZES, CORRIJA A  
ROTA, AFASTE-SE DOS QUE ATRAPALHAM E SIGA  
EM FRENTE. TENHA QUANTAS CARREIRAS QUISER.  
CADA EXPERIÊNCIA VALE A PENA.

---

...

**CHEGA DE ACHAR QUE  
UM SER HUMANO  
TEM MAIS SORTE  
QUE O OUTRO**